Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones*

Sustainable entrepreneurship, meaning and dimensions

Empreendedorismo sustentável, sentido e dimensões

*Diana Cristina Rodríguez Moreno***

Recibido 28. 10. 2016 • Arbitrado 12. 03. 2016 • Aprobado 03. 05. 2016

Resumen

El emprendimiento sostenible es un tema poco explorado, se ha identificado una baja información teórica y empírica especialmente en idioma español, por esta razón este trabajo presenta una revisión de literatura acerca del emprendimiento sostenible, el objetivo es comprender su significado y dimensiones. Para responder a este objetivo se realizó una revisión de literatura, la selección de documentos fue realizada usando Scopus, después se obtuvieron los documentos en science direct. (Ebsco, Taylor & Francis, Jstore y Willey Año). Las áreas de conocimiento que aborda este trabajo son la economía y la gestión de empresas. En primer lugar se presenta el emprendimiento y sus externalidades, enseguida el desarrollo sostenible, después se integran los dos conceptos, emprendimiento y sostenibilidad, sus componentes, finalmente se muestran algunas ideas sobre la gestión privada y pública del emprendimiento sostenible.

Palabras clave: Emprendimiento sostenible, emprendimiento social, eco emprendimiento.

* Artículo de revisión derivado del proyecto "Diseño de un modelo para el fomento de la innovación y el emprendimiento para la UPTC", el cual se encuentra en curso y es desarrollado por los grupos de investigación Inntec y gerencia del valor y finanzas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia

** Administradora de empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; ingeniera de sistemas, Fundación Universitaria de Boyacá; magíster en administración, Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá; profesora de la Escuela de Administración de Empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia, diana.rodriguez@uptc.edu.co

Citación del artículo: Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Revista Katharsis*, N. 21, pp.419-448. Recuperado de http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis

Abstract

Sustainable entrepreneurship is a theme that has been very poorly explored. There is little theoretical or empirical information, especially in Spanish, for this reason this paper presents a literature review about sustainable entrepreneurship. The objective is to understand the meaning and dimensions. The selection of documents was performed using Scopus, after the documents were obtained in science direct. (Ebsco, Taylor & Francis, Jstore y Willey Año). The areas of knowledge that define this work are the economy and business administration. First, we speak around entrepreneurship and its externalities, after sustainable development, then two concepts is integrated, entrepreneurship and sustainability, finally some ideas about private and public sustainable entrepreneurship management.

Keywords: Sustainable entrepreneurship, social venture, ecopreneur.

Resumo

Empreendedorismo sustentável é um tema pouco explorado, identificou uma informação teórica e empírica baixo especialmente em espanhol, por esta razão, este trabalho apresenta uma revisão da literatura sobre risco sustentável, o objetivo é compreender o seu significado e as dimensões. Para atingir esse objetivo uma revisão da literatura foi realizada, a seleção dos documentos foi realizada utilizando Scopus, após os documentos foram obtidos em science direct. (Ebsco, Taylor & Francis, Jstore y Willey Año). Áreas de conhecimento abordadas neste trabalho são economia e gestão empresarial. Primeiro empreendedorismo e externalidades é apresentado, o desenvolvimento sustentável imediatamente após os dois conceitos, empreendedorismo e sustentabilidade, seus componentes são integrados, finalmente, algumas ideias sobre a gestão pública e privada do empreendedorismo sustentável é

Palavras-chave: Empreendedorismo sustentável, empreendedorismo social, eco empreendedorismo.



Introducción

El emprendimiento es un campo relativamente joven (Ireland, Reutzel, & Webb, 2005) y aún más el emprendimiento sostenible que, además del componente económico o de beneficios monetarios, implica la protección ambiental y el desarrollo social. Aunque la literatura acerca del tema se ha incrementado en los últimos años, debido a la conciencia de la necesidad de integrar a la actividad empresarial objetivos humanos, sociales y ecológicos, aún es un campo poco explorado. Hoy la sociedad exige que la actividad empresarial debe ser responsable, sostenible es por eso que este artículo presenta el resultado de una revisión bibliográfica sobre el tema, con el fin de conocer su definición, comprender sus componentes y características.

Este trabajo presenta en primer lugar el concepto de emprendimiento desde la óptica de las externalidades planteada por Ronald (Coase, 1960), pues este enfoque permite visualizar el efecto y relación del emprendimiento con los ámbitos económico, medioambiental y social, enseguida se revisa el concepto de desarrollo sostenible, para posteriormente abordar el emprendimiento sostenible que integra lo social, ecológico y financiero, continuando con algunas anotaciones sobre aspectos que implica la gestión del emprendimiento sostenible, el papel del gobierno y de la política económica en la promoción de iniciativas empresariales sostenibles. Finalmente se concluye con la observación del potencial que el emprendimiento sostenible tiene como campo de investigación.

Metodología

Partiendo de la premisa que hoy todo emprendimiento debe ser sostenible, es necesario comprender lo que significa la sostenibilidad en este ámbito. La pregunta de investigación de la cual surge este documento es la definición y caracterización del emprendimiento sostenible ¿qué es el emprendimiento sostenible y cuáles son sus características?, para responder el interrogante se realizó revisión. La estrategia de búsqueda fue ("sustainable" and ("entrepreneurship" or "entrepreneur")

en título, key words y abstract, no se restringió por año debido a que a partir del 2010 la literatura llega a 2 dígitos (11 referencias), la recolección documental, fue realizada principalmente, en science direct. Ebsco, Taylor & Francis, Jstore y Willey. Algunos (de los identificados en scopus) fueron encontrados en google, google académico, redalyc y scielo. Los documentos fueron seleccionados teniendo en cuenta el aporte que realizaban al propósito establecido. El trabajo presenta reseñas adicionales encontradas en las bases de datos mencionadas. La búsqueda y revisión se realizó durante el segundo semestre de 2014. El resultado es presentado mediante síntesis cualitativa, debido a la naturaleza de la pregunta.

Desarrollo del tema

El emprendimiento

El emprendimiento es un campo dinámico en la economía, gestión y otras ciencias sociales (Wiklund, Davidsson, & Audretsch, 2011) y es considerado desde la economía clásica como elemento crítico en el sistema económico (Cassis & Minoglou, 2005). Schumpeter contribuyó significativamente a la teoría del emprendimiento, para quien el espíritu empresarial es el motor principal del desarrollo económico con la innovación como elemento central (Schumpeter, 1951 citado en Lordkipanidze, Brezet, & Backman, 2005). La escuela austriaca, lo define como la búsqueda de oportunidades y es considerado como una fuerza que equilibra el mercado.

El emprendimiento es el proceso de realización de oportunidades con enfoque creativo, también es un factor importante para el desarrollo económico y como generador de cambio e innovación, así lo muestra el Monitor Global de Emprendimiento (GEM), que estudia la dinámica emprendedora en diversos países y revela que la actividad emprendedora temprana está relacionada con mayor desarrollo económico. Aunque cabe destacar que la actividad empresarial no siempre conduce al crecimiento económico, especialmente en contextos de pobreza extrema (Alvarez & Barney, 2014).



La función del emprendedor es explotar un invento o una posibilidad tecnológica que genere nuevos productos o servicios, nuevas formas de producción, fuentes de suministro de materias primas, formas de organización que revolucionan el patrón de producción establecido (Schumpeter, 1943). Un emprendedor es alguien que identifica una necesidad en el mercado, toma decisiones sobre recursos humanos, financieros, materiales, también toma riesgos, todo esto es recompensado por beneficios económicos (Ras & Vermeulen, 2009).

El emprendimiento y sus externalidades

El emprendimiento se ha convertido en un tema de agenda pública y académica, debido a su influencia en la economía, cuya dinámica depende de las iniciativas empresariales por cuanto afectan la demanda agregada, la competitividad y la necesidad de innovar. La evidencia internacional demuestra que los países con mayor nivel de desarrollo son los que cuentan con alto grado de emprendimiento innovador, en este sentido el emprendimiento produce externalidades positivas al sistema económico y social, generando empleo e ingresos a las personas y familias.

Coase (1937), explica la existencia de la empresa a través de los costos de transacción, en los cuales se incurre por utilizar el mercado (mecanismo de precios) y pueden ser reducidos al crear una empresa, que se expande hasta que los costos por organizar una transacción adicional se hagan iguales a los costos por llevarla a cabo a través de intercambio mercantil o a los costos de ser organizada por otra empresa (Coase, 1937). Entonces, los costos de transacción ocasionan el nacimiento de la empresa y establece sus límites. El origen de un emprendimiento y su tamaño están definidos por la identificación de oportunidades de negocio donde los costos de transacción sean menores a los del mercado y a los de otras empresas, para lograrlo se requiere innovación.

Es innegable que la acción empresarial es una actividad humana necesaria, sin embargo, también se sabe que su existencia genera exter-

nalidades negativas, así se han explotado los recursos naturales con el objetivo de maximizar los beneficios económicos para los accionistas. La industria es a menudo vista como una de las que más contribuyen a la degradación del medio ambiente (Cohen & Winn, 2007), como la degradación de la capa de ozono, cambio climático, radiación nuclear, toxinas industriales, contaminación de agua y aire (York & Venkataraman, 2010).

En el ámbito económico-social se observa desigualdad en la distribución del ingreso, concentración de la tierra, la difícil lucha contra la pobreza, esta realidad ha generado críticas, por ejemplo, Stiglitz (2002) señala que los pobres son víctimas de círculos viciosos, así la pobreza es un legado que pasa de una generación a otra, la falta de comida produce enfermedad lo cual limita la capacidad de generar ingresos, padres que no brindan a sus hijos educación y sin educación están condenados a la pobreza (Josepp Stiglitz, 2002). Está claramente manifiesta la divergencia entre los productos sociales y privados de las empresas.

De acuerdo con Coase (1960), los efectos perjudiciales de las actividades empresariales pueden asumir gran variedad de formas. El deterioro del capital natural y social radica en su irreversibilidad parcial y, además, tiene consecuencias no lineales (Hockerts & Wüstenhagen, 2010). Desde la perspectiva sistémica es lógico que la empresa deba establecer un equilibrio con su entorno, pues en la medida en que éste se mantenga sano y productivo, la empresa tendrá mayores posibilidades de desarrollo, incluso, la habilidad del emprendedor para reconocer y aprovechar oportunidades está condicionada por el contexto local y su estructura social (Tilley & Young, 2009) y aumenta con el conocimiento del medio natural y comunitario, de igual manera, su motivación para generar ganancias personales y para otros (Patzelt & Shepherd, 2011).

Los grandes costos sociales y ambientales pueden tener una relación con los costos económicos, por ejemplo, el aumento de los fenómenos meteorológicos extremos, como terremotos, mareas, lluvias excesivas

e inundaciones a causa del calentamiento global, pueden destruir las cosechas y aumentar los precios debido a la oferta insuficiente, se pierden bienes materiales y se genera incertidumbre, lo que lleva a costos económicos y sociales, como la reducción de los ingresos y mayor necesidad de apoyo del gobierno, estas circunstancias tienen un gran efecto en un mundo globalizado (Zahra, Newey, & Li, 2014).

La sociedad exige un cambio en las actividades en casi todos los sectores económicos (Klein Woolthuis, 2010), el desarrollo sostenible obliga al mejor uso de materiales, reciclaje, reducción de uso de recursos naturales limitados como agua (C K Prahalad, Arbor, & Hart, 1999), así que los emprendedores deben integrar el concepto de sostenibilidad en sus modelos de negocio (Schlange, 2009). El modelo de negocio describe la racionalidad de cómo una organización crea, entrega y captura valor, el cual se genera a partir de una combinación única de recursos y capacidades (Osterwalder & Pigneur, 2010 citado en Cervilla & Puente, 2013). Esta racionalidad no se puede quedar en lo financiero, también se debe atender necesidades sociales y ambientales.

Desarrollo sostenible

Durante los años 80 emerge el concepto de desarrollo sostenible (Tilley & Young, 2009) que requiere de la integración de tres objetivos: ambientales, sociales y económicos, ahora y para las generaciones futuras (Schaltegger & Wagner, 2011). Además, considera la transparencia y la ética en los negocios, pues son necesarios para el buen funcionamiento del mercado (Klein Woolthuis, 2010). Esta afirmación es congruente con el "Pacto Mundial" que pide a las empresas la práctica de valores como derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. Los seres humanos constituyen el centro del desarrollo sostenible pues tienen el derecho a una vida productiva, saludable y en armonía con la naturaleza (ONU, 1992). Así que los Estados deben reducir la producción y consumo no sostenibles (ONU, 1992).



El tercer objetivo de la "Declaración del Milenio" es el desarrollo y la erradicación de la pobreza, lo cual depende, entre otras cosas, de la buena gestión de lo público y la transparencia en los sistemas financiero, monetario y comercial, los cuales deben ser abiertos, equitativos y no discriminatorios (ONU, 2000), Aunque se ha avanzado en lo social se requiere un mayor esfuerzo en la disminución de la pobreza; el porcentaje de personas que vive en pobreza extrema se ha reducido a la mitad, en 1990 las personas que vivían con menos de U$1,25 al día era el 47%, para el 2010 de 22%. La sostenibilidad medioambiental está seriamente amenazada, pues la emisión de dióxido de carbono se ha acelerado, se pierden bosques, hay sobreexplotación de peces en los mares, especies que van camino a la extinción, la mortalidad infantil persiste, así como la ausencia de los niños más pobres en el sistema escolar y la desigualdad de género, entre otras (ONU, 2013).

La visión de la sostenibilidad busca lograr una interacción beneficiosa a largo plazo entre los sistemas humano y ecológico, por lo tanto, el concepto de sostenibilidad implica el bienestar social y ambiental (Pacheco, Dean, & Payne, 2010). La sostenibilidad es un concepto que está orientado hacia el presente y a largo plazo, así que la sostenibilidad está en conflicto con la sociedad cortoplacista y de consumo rápido y políticas miopes (Crals & Vereeck, 2005). El empresario debe tener la capacidad de minimizar el impacto negativo de sus actividades (Cohen & Winn, 2007), logrando una empresa distinta con un nuevo tipo de gerencia (Crals & Vereeck, 2005).

Emprendimiento sostenible

A pesar del aumento en la literatura sobre el tema, el emprendimiento sostenible es un campo en infancia (Cohen & Winn, 2007). El término sostenible inicialmente se usó, casi siempre, para referirse a lo ambiental, luego se comprendió que también incluye el aprovechar el dinamismo empresarial para promover el desarrollo y reducir la pobreza (Levinsohn, 2011) El emprendimiento sostenible involucra términos como eco emprendimiento, emprendimiento social y em-

prendimiento empresarial (Shepherd & Patzelt, 2011). El aspecto social del emprendimiento sostenible, tiene que ver con el comportamiento de las empresas en aspectos sociales y éticos, como la gestión del recurso humano, derechos humanos, trabajo infantil, género, discriminación, participación de los trabajadores en beneficios de la empresa, corrupción; lo medioambiental implica productos limpios, eco eficiencia, desarrollo tecnológico sostenible, eco diseño y el tercer aspecto tiene que ver con los resultados financieros de la empresa (Crals & Vereeck, 2005)

Emprendimiento sostenible es en esencia la realización de una innovación sostenible dirigida a un mercado masivo que proporciona beneficio a gran parte de la sociedad. Desde lo ambiental los empresarios y compañías que hacen del progreso ambiental su actividad principal se pueden llamar empresarios sostenibles, generando nuevos productos, servicios, técnicas y modos de organización que reduzcan sustancialmente el impacto al ecosistema y aumenten la calidad de vida (Schaltegger & Wagner, 2011). El emprendimiento sostenible, implica un proceso cuyo fin es lograr el desarrollo sostenible, mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y la creación de valor que provoca la prosperidad económica, la cohesión social y la protección del medio ambiente. El emprendimiento social, ambiental y comercial coexisten (Guzmán & Trujillo, 2008).

Emprendimiento sostenible es el proceso de descubrir, evaluar y aprovechar las oportunidades económicas presentes en las fallas de mercado (cuando hay una inapropiada asignación de recursos) que obstaculizan la sostenibilidad, incluyendo las que son relevantes para el medio ambiente, como bienes públicos, externalidades, poder de monopolio, inapropiada la intervención del gobierno e información imperfecta; para el desarrollo del emprendimiento sostenible es necesario superar las barreras del funcionamiento eficiente de los mercados (Dean & McMullen, 2007).

Las tres dimensiones de la actividad empresarial, lo social, económico y ambiental, sirven como subconjuntos interrelacionados del

concepto más amplio de la iniciativa empresarial sostenible (Katsikis & Kyrgidou, 2007). Los tres aspectos deben satisfacerse para que la actividad empresarial sea llamada sostenible (Crals & Vereeck, 2005). Es necesario obtener un balance entre múltiples objetivos (D. Choi & Gray, 2008), incluso se debe integrar también las consecuencias psicológicas (Cohen & Winn, 2007).

El emprendimiento sostenible se enfrenta a barreras de mercado que le impiden crecer con éxito como la información imperfecta, la intervención del gobierno, el poder del monopolio y los mecanismos de fijación de precios erróneos que refuerzan el estatus quo de las tecnologías dominantes y los intereses de los operadores tradicionales (Cohen & Winn, 2007 citado en Pinkse & Groot, 2013). La puesta en funcionamiento de un emprendimiento implica un esfuerzo continuo, normalmente los recursos esenciales como financiamiento, capacidad gerencial, apoyo público no están disponibles para el emprendedor y en la etapa inicial, el emprendedor, centra su atención en factores que influyen directamente en el flujo de efectivo, como socios y acreedores, clientes, personal, materia prima y reglamentación (Schlange, 2009). Es por eso que difícilmente un emprendedor se compromete con la sostenibilidad desde el inicio de su idea de negocio, sin embargo, con las exigencias relativamente recientes en responsabilidad social empresarial, cuyo objetivo es el fomento de la sostenibilidad y la transparencia en los negocios, los empresarios deben ser ingeniosos e incluso aprovechar los que en un principio se pueden considerar barreras insalvables.

Pinkse & Groot (2013) tratan de comprender la actividad política que ejercen los emprendedores sostenibles para enfrentarse a fallas de mercado y superar barreras, los emprendedores requieren actividad política, lo que ya poseen las grandes empresas y en este sentido, la asociatividad entre las pequeñas puede generar presión; también cuentan con la colaboración de otros actores como las ONG, sociedad civil, quienes pueden crear conciencia en la opinión pública e influir en líderes de opinión (Pinkse & Groot, 2013) en favor de sus intereses ambientales y/o sociales y, por supuesto, económicos.



El empresario no sólo debe crear valor para los propietarios (Ras & Vermeulen, 2009). En el esquema de emprendimiento sostenible la responsabilidad de la empresa va más allá de la visión clásica de maximización del beneficio para los llamados shareholders y se extiende a stakeholders[1] (Crals & Vereeck, 2005). Los empresarios pueden utilizar su creatividad para buscar soluciones a problemas sociales y ambientales y desde el inicio de su iniciativa empresarial incorporar la sostenibilidad (Parra, 2013). Aunque los objetivos económicos son los fines principales de la empresa, el reto de la organización es la integración de un mejor desempeño ambiental y social en la lógica de un negocio económico (Schaltegger & Wagner, 2011). Un emprendedor sostenible logra la "triple bottom line" mediante el equilibrio entre salud económica, la equidad social y la capacidad de recuperación del medio ambiente a través de su comportamiento empresarial (Kuckertz, & Marcus, 2010).

Es necesaria la creación de empresa pero también es imperioso hacerla compatible con la conservación e incluso regeneración medioambiental y, además, pensar en el ecosistema porque se requiere personas felices capaces de ser productivas y eso requiere inversión y responsabilidad (Dean & McMullen, 2007). En emprendimiento sostenible la ganancia es interpretada ampliamente para incluir los beneficios económicos y no económicos para los individuos, la economía y la sociedad (Shepherd & Patzelt, 2011). Y en este sentido el campo del emprendimiento puede beneficiarse de una visión más holística de la creación de valor (Cohen, Smith, & Mitchell, 2008).

El empresario sostenible tiene una lógica de organización diferente más sistémica que los empresarios convencionales (Tilley & Parrish, 2006). El mejoramiento ambiental, el bien estar social y económico deben apoyarse mutuamente a través de nuevas estrategias de negocio, que no sólo deben cumplir con las necesidades de los consumidores,

1 Shareholders se refiere e los propietarios o accionistas de la empresa y stakeholders reseña a los grupos de interés que se encuentran fuera de la empresa, pero que son o pueden ser afectados por sus actividades, como grupos sociales, comunidades, gobierno, otras empresas, etc.



sino también responder a las presiones del desarrollo sostenible (Parrish & Foxon, 2009).

La idea de que los objetivos sociales y económicos son contrarios es una perspectiva obsoleta en un mundo abierto, de hecho la habilidad de competir depende de las condiciones del lugar donde se encuentra la empresa, de la sofisticación del mercado local, de la productividad de la mano de obra, capital y recursos naturales (Porter & Kramer, 2002). Así el espíritu empresarial sostenible puede generar ventajas competitivas mediante la identificación de nuevas oportunidades de negocio, lo que resulta en nuevos productos, métodos de producción o formas de organizar los procesos de negocio de una manera sostenible, no se trata solamente de satisfacer regulaciones ambientales a nivel nacional o internacional, se trata de aprovechar la necesidad creciente de productos y servicios producidos de manera sostenible (Lans, Blok, & Wesselink, 2014).

El creciente deseo de muchas personas para el cese de actividades que degraden el medio ambiente combinado con una disposición por pagar por la reducción de estas actividades representa una oportunidad para la acción empresarial (Dean & McMullen, 2007). Sin embargo, el emprendimiento sostenible es riesgoso, ya que el mercado de lo sostenible está en desarrollo y se compone de segmentos de clientes localizados principalmente en países desarrollados, con fuertes intenciones, pero algunas veces débiles, en trasladar sus preocupaciones ambientales o sociales a sus compras actuales (Spence, Gherib, & Biwolé, 2010). Adicionalmente, las oportunidades sostenibles son más complejas que las oportunidades de negocio que se refieren a un problema unidimensional (Lans *et al.*, 2014), sin embargo, algunos empresarios observan que la sostenibilidad ambiental y social y la transparencia pueden contribuir en el largo plazo a la rentabilidad de los negocios (Klein Woolthuis, 2010).

Choi & Gray (2004) estudiaron el proceso de emprendimiento en veinte empresas sostenibles (efectivas en lo económico, social y ambiental), la mayoría norteamericanas, y encontraron que en su genera-

lidad obtienen financiación por medios no convencionales y prácticas de gestión humana poco ortodoxas con una cultura organizacional sólida a favor de sus empleados; generan procesos de manufactura limpios con pocos desperdicios y libres de emisiones. Además, son sagaces en sus estrategias de marketing, disciplinados operativa y financieramente y trabajan con el objetivo de crear una organización ejemplar que marca la diferencia en su entorno y la sociedad. Los emprendedores reconocen oportunidades, obtienen recursos generalmente a través de amigos y familiares, pocos tienen acceso a capitales de inversionistas, lo cual les da mayor autonomía para ejercer sus estilos poco ortodoxos de gerencia. Las empresas sostenibles tienen un pensamiento distinto, no toman sus decisiones basadas en ganancias financieras y siempre tienen dinero para causas sociales (Choi & Gray, 2004).

Teniendo en cuenta que el emprendimiento sostenible implica el emprendimiento social y el emprendimiento ecológico, a continuación se presenta una explicación de cada uno de ellos.

Emprendimiento social

Un emprendimiento social es la aplicación de enfoques innovadores para la solución de problemas sociales (Tukamushaba, Orobia, & George, 2011) y genera procesos de innovación social dirigidos hacia un cambio social (Broek, Ehrenhard, Langley, & Groen, 2012). Su objetivo es la creación de valor para la sociedad. Los recursos se combinan de nuevas maneras para estimular el mejoramiento social (Mair & Marti, 2006, citado en Lumpkin, Moss, Gras, Kato, & Amezcua, 2011) y tiene que ver con las actividades y procesos realizados para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades para mejorar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de las organizaciones existentes de una manera innovadora (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009), los emprendedores sociales se esfuerzan por generar cambios positivos en sus comunidades (Germak & Robinson, 2013)

El emprendimiento social presenta características que lo diferencian de iniciativas puramente comerciales, una de ellas es la motivación individual del emprendedor o la misión la empresa, pues se enfoca en la solución de necesidades como pobreza, desempleo y hambre, que pueden identificarse fácilmente, por otro lado, está el emprendimiento comercial que se centra en necesidades de consumo que van más allá que las básicas y no son fácilmente percibidas por las empresas (Lumpkin, Moss *et al.*, 2013).

El emprendimientos social es asociado con organizaciones no lucrativas, en otros casos lo utilizan para referirse a empresas que integran la responsabilidad social empresarial en sus actividades (Enciso, Gómez, & Múrraga, 2012)it looks at the still-developing concept of these businesses and their links with the social economy. (English. La responsabilidad social empresarial es considerada como la satisfacción de las expectativas de todos los actores sociales para maximizar el impacto positivo de la empresa en su entorno físico y social (Lotte, Maarten van, & Mark van den, 2013).

El emprendimiento social no es lo mismo que caridad y no necesariamente implica la ausencia de lucro, la creación de valor social sostenible es lo que diferencia al emprendimiento social de obras benéficas y, por lo tanto, debe tener en cuenta la sostenibilidad financiera (Guzmán & Trujillo, 2008), pues aunque la necesidad de generar flujo de caja y resultados positivos se atenúa en este tipo de iniciativas, de ninguna manera puede ser irrelevante en el largo plazo, y mientras que la necesidad de centrarse en acreedores, clientes, empleados y proveedores continúa siendo apremiante, como en el caso del emprendimiento comercial, la buena voluntad de la comunidad en términos de donaciones, subvenciones de organismos públicos y otras fuentes de financiación se hace más importante (Schlange, 2009).

El emprendimiento social usualmente empieza con iniciativas pequeñas, enfocado en problemas locales pero de relevancia global, como acceso al agua, promoción de pequeños negocios, reintegración de individuos a la fuerza de trabajo o gestión de residuos (Santos, 2012).



Estas soluciones validadas en un contexto local pueden ser replicadas en otros lugares o en industrias globales (Zahra, Rawhouser, Bhawel, Neubaum, & Hayton, 2008), el emprendimiento social tiene profundas implicaciones en el sistema económico, crea nuevas industrias, valida nuevos modelos de negocio y redirecciona recursos para solucionar problemas sociales (Santos, 2012).

La importancia del emprendimiento social y su relación con la sostenibilidad se incrementó a partir de los aportes de Prahalad, quien mostró el potencial económico que tiene hacer negocios con la base de la pirámide, incluso las personas con menos ingresos pagan más por productos y servicios a lo que llamó prima de pobreza. Además, señala como a través de los mercados de la base de la pirámide los empresarios pueden crear nuevos modelos de negocio (C. K. Prahalad, 2012). Un caso emblemático es el de Muhammad Yunus quien fundó el Grameen Bank en Bangladesh que ha beneficiado a millones de personas que organizadas en pequeños grupos responden solidariamente por los créditos. Yunus trabajó bajo las premisas que los pobres, están dispuestos a trabajar, son confiables y tienen muchas ganas de aprender (Sodhi & Tang, 2011).

Ecoemprendimiento

El ecoemprendimiento es un campo emergente y presenta escasez empírica (Walton & Kirkwood, 2009). La literatura incluye términos como emprendimiento sostenible, emprendimiento verde, emprendimiento ambiental y ecoemprendimiento. El ecoemprendimiento es una subcategoría del emprendimiento sostenible, centrado en un mercado de masas, tiene ánimo de lucro y al mismo tiempo compromiso con el medio ambiente (Jolink & Niesten, 2013). Se apoya en la sostenibilidad de la naturaleza fomentado procesos, productos y servicios para beneficio económico de las personas y de la sociedad (Jolink & Niesten, 2013).



Jiling y Niesten (2013), citando a Isaak (2002), clasifican el ecoemprendimiento en dos tipos "green business" y "green green business": el primero es el negocio convencional que después descubre argumentos éticos para ser verdes, el segundo, se refiere a compañías diseñadas para ser verdes desde el principio (Jolink & Niesten, 2013). Un ecoemprendedor tiene deseo de cambiar el mundo, mejorar la calidad del medio ambiente, también tiene el deseo de ganar dinero y crecer en un proyecto empresarial (Rodgers, 2010). Los emprendedores no sólo consideran su negocio como una fuente de dinero, también como fuente de cambio social (Rodgers, 2010).

En este tipo de emprendimientos se puede identificar lo referente a reciclaje, alimentos orgánicos, productos verdes o tecnología como producción de energía solar, reducción de consumo de energía (Walton & Kirkwood, 2009). Los negocios verdes con una oportunidad viable pueden ser usados como generador de ventaja competitiva (Schlange, 2009).

Los ecoemprendedores identifican oportunidades de negocio en línea con sus valores y desarrollan nuevos negocios y formas de explotarlos, priorizan actividades de amplio interés y no necesariamente el tema financiero es un componente importante (Kearins & Collins, 2012). Generalmente se enfocan en grandes mercados con cierta sensibilidad ecológica, sin embargo, las presiones en el ámbito social se han fortalecido, por ejemplo, con el objetivo del pacto mundial de erradicación de la pobreza para el año 2025, lo que implica que los ecoemprendedores tienen que abordar también los aspectos sociales en sus innovaciones medioambientales, es decir, deben realizar innovaciones más sistémicas (Schaltegger & Wagner, 2011).

Gestión de emprendimiento sostenible

La gestión de empresas sostenibles implica mayor complejidad pues es necesario integrar o adicionar a la gestión convencional las dimensiones ecológica y social (Klewitz & Hansen, 2011). El emprendimiento sostenible proporciona un enfoque integral con importantes implica-

ciones para el desarrollo estratégico de la empresa (Katsikis & Kyrgidou, 2007). La financiación de nuevos emprendimientos constituye un punto crítico para los empresarios en cuanto a innovación en empresas ya existentes y, aún más, cuando lo que se requiere es iniciar una nueva empresa (Agarwal, 2011), y presentará mayor complejidad cuando se involucra en la iniciativa empresarial la sostenibilidad. La gerencia sostenible implica el establecimiento de sistemas y departamentos que controlan impactos de inversión en sostenibilidad como reducción de costos, incremento de productividad, ecoeficiencia, campañas de imagen y diferenciación de productos y servicios (Schaltegger & Wagner, 2011), por otro lado debe tenerse en cuenta la inversión en lo social dentro de la empresa con los trabajadores y comunidades de interés externas.

No sólo el tema financiero tiene dificultades, estas se presentan también en otras áreas, como por ejemplo, en la traslación de las preferencias cambiantes de los clientes alrededor de la sostenibilidad a las estrategias de marketing exitosas (Agarwal, 2011). De manera similar, la gestión del personal es un aspecto crítico, ya que el rol de la gerencia de recurso humano en el emprendimiento esta poco estudiado, lo que puede ser resultado del persistente pensamiento de que el emprendedor es un héroe individual (Barret & Mayson, 2008). También es necesario desarrollar competencias financieras y competencias básicas de experimentación e innovación para acceso a nuevas tecnologías y producción sostenible, además de las competencias en gerencia de recursos naturales (Ashby *et al.*, 2009).

Una dimensión importante del éxito de una empresa es el contexto en que se desarrolla (Spence *et al.*, 2010). La gestión de emprendimientos sostenibles implica estrategias de desarrollo económico basadas en el estudio de la composición de los stocks y los flujos de conocimiento y madurez empresarial de las regiones en que se desarrollan (Carayannis, Hall, Provance, Givens, & Drive, 2011)

Si las empresas no adelantan comportamientos social y ecológicamente responsables, esto puede tener consecuencias negativas, como

la mala publicidad, cuando son percibidas por el público como no éticas, lo cual puede dañar su reputación y disminuir sus ingresos, ser víctimas de boycott (Crals & Vereeck, 2005).

Un aumento general de adecuación del espíritu empresarial sostenible en las pequeñas y medianas empresas es la dinámica interna que los enfoques sostenibles introducen en el proceso de producción y de gestión de recursos humanos y es probable que conduzca a una política de inversión más audaz, tanto en tecnología y personal que va a dar resultados a largo plazo. Una ganancia directa y evidente se acumula a aquellas pymes que suministran sus productos a grandes empresas que sí son emprendedores sostenibles y exigen a sus proveedores a ser lo mismo, a fin de estar en el negocio (Crals & Vereeck, 2005).

La construcción de una capacidad sostenible para el emprendimiento empresarial es un proceso en evolución. No existe una fórmula establecida para determinar el enfoque ideal para una organización en particular o un proyecto empresarial concreto. En cambio, los gerentes necesitan ver elementos como estrategia, estructura y proceso como puntos de partida iniciales que requieren ajuste, así la estrategia y la estructura de una organización tradicional pueden no ser compatibles con el emprendimiento sostenible (Kelley, 2011).

Gestión del gobierno

El gobierno (y sus instituciones) es un actor central en el emprendimiento sostenible pues establece la infraestructura legal y física del sistema. La erradicación de la pobreza depende de la buena gestión de lo público (ONU 2000), como también de la gestión ambiental. La conferencia de la ONU en Estocolmo de 1972 determina que la principal causa de los problemas ambientales es el subdesarrollo (Vargas, 2008). Así la relación entre crecimiento económico y medio ambiente se observa en la curva en forma de U invertida de Kutzlel mostrando que el crecimiento económico (una de las consecuencias del emprendimiento) en el corto plazo genera daño ambiental pero que en el largo plazo beneficia al medio ambiente (Correa, 2004). Esta relación,

aunque no concluyente, muestra la correspondencia sistémica entre el desarrollo económico y lo medioambiental, se requiere del primero para fomentar el segundo. En este mismo sentido, los problemas medio ambientales forman parte del sistema y la manera en que los seres humanos se agrupan para producir también está condicionada por el desarrollo de los medios de producción, preocupándose por un sistema económico sostenible, punto coincidente con la economía ecológica (Sabogal, 2012).

Las oportunidades para la iniciativa empresarial sostenible incluyen aquellas que requieren la modificación o creación de sistemas de incentivos económicos y de recompensas (Pacheco *et al.*, 2010). En este orden de ideas, el rol del gobierno en el establecimiento de castigos y de incentivos que logren comportamientos deseados, en este caso actividad empresarial sostenible, es imprescindible. Así como ejemplo, el protocolo de Kioto insta a los gobiernos de países desarrollados reducir emisiones que afecten el calentamiento global, teniendo en cuenta que los países en vías de desarrollo no tienen la capacidad de reducir en la misma medida las emisiones de CO_2 debido a su condición, generando incentivos como los bonos de carbono[2]. Sin embargo, al parecer falta equidad, pues los países desarrollados a pesar de haber contaminado el medio ambiente durante muchas décadas, tienen derecho a contaminar más que los que están en vías de desarrollo (Stiglitz, 2002) .

Las políticas para fomentar la actividad empresarial pueden influir en nuevas empresas para desarrollar culturas corporativas sostenibles desde el principio y de esta manera no sólo se desarrollarían por las posibilidades de ganancias económicas sino, también, porque consideran que tienen un papel importante como agentes de cambio (Gibbs, 2009), así la solución a las imperfecciones del mercado con efectos am-

2 En el año 2005 con la ratificación del protocolo de Kioto, se crearon un conjunto de medidas para disminuir las emisiones causantes del calentamiento global, entre ellas el mercado de bonos de carbono que consiste en la oferta y demanda de papeles que incentivan la disminución de emisión de carbono, si la empresa y sus proyectos superan su objetivo de emisión (emite menos) entonces tendrá bonos de carbono para la venta (en bolsa de valores) pero si las emisiones son superiores al objetivo deben comprar bonos, así el que contamina debe pagar y el que disminuye emisiones obtiene beneficios económicos.

bientales y sociales negativos requiere de la intervención del gobierno (Kuckertz & Wagner, 2010).

Existen tres mecanismos del gobierno para corregir las externalidades negativas: regulación, impuestos y la creación de mercados. O bien el gobierno introduce regulaciones que prohíben los comportamientos que conducen a las externalidades negativas, genera incentivos para reducir las actividades con externalidades negativas o crea en el mercado mecanismos basados en que el precio de estas externalidades negativas se integren en las decisiones de los agentes (por ejemplo, el sistema de comercio de emisiones de carbono) (Santos, 2012).

Además de las sanciones directas por el incumplimiento de normas están las sanciones indirectas como la pérdida de prestigio, la percepción los stakeholders se convierte en un mecanismo de control; también es posible generar incentivos de cooperación mutua entre los empresarios, cuando el cuidado de los recursos genera ganancia para todos, de esta manera hay uso sostenible de recursos y sanciones establecidas por los mismos, que modela su comportamiento (Pacheco *et al.*, 2010).

Conclusiones

El emprendimiento genera diversas consecuencias sobre el entorno financiero, social y ecológico, el problema es que en lo financiero beneficia solamente a los socios y aunque tienen externalidades positivas como la generación de empleo, fuente de ingreso para las familias, también tiene resultados adversos para los seres humanos que son más visibles en el aspecto medioambiental. En cuanto al aspecto social es posible asegurar que éste no genera una preocupación importante para las empresas y empresarios que, por lo general, buscan únicamente la consecución de mayor rentabilidad para sus socios.

El objetivo principal de las empresas durante mucho tiempo fue únicamente maximizar sus beneficios, pero hoy necesariamente deben tener en cuenta el impacto que su actividad genera en el medio ambiente

y en la sociedad. Hoy la sociedad exige que sus acciones estén dirigidas a contribuir con el desarrollo social y la sostenibilidad ambiental, además de la viabilidad económica. Los consumidores y las instituciones tienen en cuenta el comportamiento social y ambiental de la empresa para tomar decisiones de compra, en este sentido ha aumentado su racionalidad económica orientada hacia la sostenibilidad presente y futura en la toma de decisiones de compra o inversión, de esta manera, se convierten en veedores del cumplimiento de compromisos, en su mayoría tácitos, sociales y medioambientales.

Es casi imposible que alguien espere invertir su dinero en un negocio o empresa que no le genere ganancia financiera, aunque la realidad actual plantea la necesidad y la exigencia de que este no puede ser el único objetivo, pues la mayor complejidad del entorno, con múltiples y cada vez más numerosos actores, exige productos, servicios, procesos y empresas amigables con los ecosistemas natural y social. Esta realidad parece traer a las empresas mayores complicaciones, pues producir de manera limpia incrementa los costos de producción, al igual como producir alimentos orgánicos o energía sustentable, entre otros; y en muchos casos, el consumidor no está dispuesto a pagar este “sobre costo”. Sin embargo, en estas condiciones las empresas deben idear estrategias que permitan sacar provecho de éstas dificultades, que en un principio parecen insalvables, ya que, como plantea (Porter & Kramer, 2002), la responsabilidad social empresarial puede ser fuente de ventaja competitiva.

En ecoemprendimiento normas como la ISO 14000 han llevado a las empresas a mitigar problemas ambientales, causados por ellas, y encuentran oportunidades y nichos de mercado, consumidores ambiental y socialmente responsables que compran productos y servicios con valor agregado, que consiste en ser amigables con el planeta y los seres humanos. También se encuentran grupos de presión orientados a promover la sostenibilidad ambiental, como el caso de Green Peace que ejerce presión no sólo a las empresas, sino también a los gobiernos.

En el caso específico del emprendimiento social, la cuestión parece ser más compleja, pues difícilmente los emprendimientos puramente sociales generan beneficios económicos y, aunque se reconoce multitud de necesidades sociales insatisfechas, las personas en condición de pobreza generalmente no tienen suficiente dinero para pagar productos y servicios de alto costo. Sin embargo, casos como el banco de Yunus hace pensar que tal vez lo que se requiere es encontrar estrategias innovadoras y procesos organizacionales distintos que permitan crear una organización inclusiva y responsable con su entorno. Al parecer los empresarios están más preocupados por la innovación de procesos y productos, pero dejan a un lado la innovación blanda, los procesos de la empresa, la mano visible del empresario y precisamente en este ámbito es en el que se requiere mayor investigación teórica y empírica, pues hay poca bibliografía que explique casos específicos de éxito en emprendimientos ecológicos, emprendimiento social y en general emprendimiento sostenible.

Se requiere también investigar la gran complejidad que puede llevar la gestión de éste tipo de emprendimiento, pues hay gran diferencia entre un emprendimiento con orientación puramente financiera y el emprendimiento sostenible, el cual es multidimensional. Por otro lado, se requiere integrar otras disciplinas en el estudio del emprendimiento sostenible como psicología, física, biología, entre otros, pues en la literatura existente hasta ahora lo relaciona generalmente con lo económico, en su mayoría fallas de mercado y en menor proporción con lo institucional y el papel del gobierno.

Referencias

Agarwal, R. K. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Innovations for Transitioning the Small and Medium Size Manufacturing Firms to Green Enterprises. In International Conference on Urban Sustainability, Cultural Sustainability, Green Development, Green Structures and Clean Cars (pp. 155–160). Retrieved from http://www.wseas.us/e-library/conferences/2011/Prague/USCUDAR/USCUDAR-24.pdf

Alvarez, S., & Barney, J. (2014). Entrepreneurial Opportunities and Poverty Alleviation. Entrepreneurship Theory and Practice, 38(1), 1–26. doi:10.1111/etap.12078

Ashby, J., Heinrich, G., Burpee, G., Remington, T., Wilson, K., Quiros, C. A., … Ferris, S. (2009). What farmers want: collective capacity for sustainable entrepreneurship. International Journal of Agricultural Sustainability, 7(2), 130–146. doi:10.3763/ijas.2009.0439

Barret, R., & Mayson, S. (2008). The International Handbook of Entrepreneurship (p. 490). London: Elgar, Edward. doi:10.1002/hrm.20349

Broek, T., Ehrenhard, M., Langley, D., & Groen, A. (2012). Dotcauses for sustainability : combining activism and entrepreneurship. Journal of Public Affairs, 12(3), 214–223. doi:10.1002/pa.1435

Carayannis, E., Hall, F., Provance, M., Givens, N., & Drive, S. (2011). Knowledge arbitrage, serendipity, and knowledge formality: Their effects on sustainable entrepreneuriaal activity in regions. IEEE Transactions on Engineering Management, 58(3), 564–577. doi:10.1109/TEM.2011.2109725

Cassis, Y., & Minoglou, I. (2005). Entrepreneurship in Theory and History. Business History Review (p. 211). New York: Palgrave macmillan. doi:10.2307/25097258

Choi, D., & Gray, E. (2008). The venture development processes of "sustainable" entrepreneurs. Management Research News, 31(8), pp.558-569. doi:10.1108/01409170810892127

Choi, D. Y., & Gray, E. R. (2004). Understanding the sustainable entrepreneur. In *Engineering Management Conference*, *2*, pp.147–164). doi:10.1109/IEMC.2004.1407471

Coase, R. (1960). El problema del coste social. In *La empresa, el mercado y la ley*. (p. 223). Madrid: Alianza editorial.

Cohen, B., Smith, B., & Mitchell, R. (2008). Toward a Sustainable Conceptualization of Dependent Variables in Entrepreneurship Research. *Business Strategy and the Environment*, *17*(2), 107-119. doi:10.1002/bse.505

Cohen, B., & Winn, M. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *22*(1), 29-49. doi:10.1016/j.jbusvent.2004.12.001

Correa, F. (2004). Crecimiento económico y medio ambiente: Una revisión analítica de la hipótesis de la curva ambiental. *Semestre Economico*, *7*(14), 73-104. Retrieved from http://www.redalyc.org/pdf/1650/165013658003.pdf

Crals, E., & Vereeck, L. (2005). The affordability of sustainable entrepreneurship certification for SMEs. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, *12*(2), 173-183. doi:10.1080/13504500509469628

Dean, T., & McMullen, J. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, *22*(1), 50-76. doi:10.1016/j.jbusvent.2005.09.003

Enciso, M., Gómez, L., & Múrraga, A. (2012). La iniciativa comunitaria en favor del emprendimiento social y su vinculación con la economía social: una aproximación a su delimitación conceptual. *CIRIEC - España. Revista de Economía Pública, Social Y Cooperativa*, (75), 54-80. Retrieved from http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=89234207&lang=es&site=ehost-live

Germak, A. J., & Robinson, J. a. (2013). Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, *5*, 5-21. doi:10.1080/19420676.2013.820781



Gibbs, D. (2009). Sustainability entrepreneurs, ecopreneurs and the development of a sustainable economy. *Greener Management International*, *55*, 63-79. Retrieved from http://sti.uem.mz/documentos/d_sustentavel/sustainability_entrepreneurs.pdf

Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimietno social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, *24*(109), 105-125. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21211518005 C□mo

Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening Goliaths versus emerging Davids — Theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *25*(5), 481-492. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.07.005

Ireland, R., Reutzel, C., & Webb, J. (2005). Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Been Published, and What Might the Future Hold? Ours. *Academic of Management Journal*, *14*(4), 556-564.

Jolink, A., & Niesten, E. (2013). Sustainable development and Business Models of Entrepreneurs in the Organic Food Industry. *Business Strategy and the Environment*, *24*. 386-401. doi:10.1002/bse.1826

Katsikis, I. N., & Kyrgidou, L. P. (2007). The concept of sustainable entrepreneurship: A conceptual framework and empirical analysis. In *Academy of Management Annual Meeting Proceedings* (p. 6). doi:10.5465/AMBPP.2007.26530537

Kearins, K., & Collins, E. (2012). Making Sense of Ecopreneurs' Decisions to Sell Up. *Business Strategy and the Environment*, *85*(March 2011), 71-85. doi:10.1002/bse

Kelley, D. (2011). Sustainable corporate entrepreneurship: Evolving and connecting with the organization. *Business Horizons*, *54*(1), 73-83. doi:10.1016/j.bushor.2010.09.003

Klein Woolthuis, R. J. a. (2010). Sustainable Entrepreneurship in the Dutch Construction Industry. *Sustainability*, *2*(2), 505-523. doi:10.3390/su2020505

Klewitz, J., & Hansen, E. (2011). Sustainability-oriented innovation in SMEs : A systematic literature review of existing practices and actors involved. In *Sustainability in Innovation: Innovation Management Challenges* (pp. 505–523). Retrieved from http://ssrn.com/abstract=1858664

Kuckertz, A., & Marcus, W. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions — Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, *25*(5), 524-539. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.09.001

Lans, T., Blok, V., & Wesselink, R. (2014). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. *Journal of Cleaner Production*, *62*(0), 37-47. doi:10.1016/j.jclepro.2013.03.036

Levinsohn, D. (2011). *Disembedded and beheaded - a critical review of the emerging field of sustainability entrepreneurship*. pp. 122. Recuperado de http://hj.diva-portal.org/smash/get/diva2:480499/FULLTEXT01.pdf

Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, *13*(8), 787-798. doi:10.1016/j.jclepro.2004.02.043

Lotte, R., Maarten van, B., & Mark van den, H. (2013). "We are as green as possible": environmental responsibility in commercial artificial settings for lifestyle sports. *Leisure Studies*, *32*(2), 173-190. doi:10.1080/02614367.2011.645247

Lumpkin, G., Moss, T., Gras, D., Kato, S., & Amezcua, A. (2011). Entrepreneurial processes in social contexts: how are they different, if at all? *Small Business Economics*, *40*(3), 761-783. doi:10.1007/s11187-011-9399-3

ONU. (1992). Declaracion De Rio sobre el medio ambiente y el desarrollo. Rio de Janeiro. Recuperado de http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2012/11109.pdf

ONU. (2000). Declaración del Milenio. *Organiación Naciones Unidas*. Recuperado de http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/hrcouncil/docs/gaA.RES.60.1_Sp.pdf



ONU. (2013). Objetivos de Desarrollo del Milenio. *Naciones Unidas*.Recuperado de http://www.un.org/es/millenniumgoals/pdf/mdg-report-2013-spanish.pdf

Pacheco, D., Dean, T., & Payne, D. (2010). Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. *Journal of Business Venturing*, *25*(5), 464-480. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.07.006

Parra, S. (2013). Exploring the Incorporation of Values for Sustainable Entrepreneurship Teaching / Learning. *Journal of Technologu Management & Innivation*, *8*(1), 11-20. Recuperado de http://www.scielo.cl/pdf/jotmi/v8n1/art02.pdf

Parrish, B., & Foxon, T. (2009). Sustainability Entrepreneurship and Equitable Transitions to a Low-Carbon Economy. *Greener Management International*, (55), 47–63. Recuperado de http://api.ning.com/files/rMuxErFD6O4lVF-TpFV*R-emFb8TSC28THAkj7B-8*DYxw8HtZijuRlGciyw*6bSFu8aDhUm-V8h717Cfm7aNanJ0AZYW*Bak6/SustainabilityEntrepreneurship.ParrishandFoxon.pdf

Patzelt, H., & Shepherd, D. (2011). Recognizing Opportunities for Sustainable Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(4), 631-652. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00386.x

Pinkse, J., & Groot, K. (2013). Sustainable Entrepreneurship and Corporate Political Activity: Overcoming Market Barriers in the Clean Energy Sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *39*(3), 633-654. doi:10.1111/etap.12055

Porter, M., & Kramer, M. (2002). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business*, 1–14.Recuperado de file:///C:/Users/Diana/Downloads/The-Competitive-Advantage-of-corporate-philanthropy (1).pdf

Prahalad, C. K. (2012). Bottom of the Pyramid as a Source of Breakthrough Innovations. *Journal of Product Innovation Management*, *29*(1), 6-12. doi:10.1111/j.1540-5885.2011.00874.x

Prahalad, C. K., Arbor, A., & Hart, S. (1999). Strategies for the Bottom of the Pyramid : Creating Sustainable Development. Retrieved from http://pdf.wri.org/2001summit_hartarticle.pdf

Ras, P. J., & Vermeulen, W. (2009). Sustainable Production and the Performance of South African Entrepreneurs in a Global Supply Chain. The Case of South African Table Grape Producers. *Sustainable Development*, *17*(5), 325-340. doi:10.1002/sd.427

Rodgers, C. (2010). Sustainable Entrepreneurship in SMEs: A Case Study Analysis. *Corporate Social Responsability and Environmental Management*, *132*(March), 125-132. doi:10.1002/csr.223

Sabogal, J. (2012). Entre la economía política de Karl Marx y la economía ecológica. *Revista de Economía Institucional*, *14*(27), 207-222. Recuperado de http://www.economiainstitucional.com/pdf/No. 27 pdf/jsabogal.pdf

Santos, F. M. (2012). A Positive Theory of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, *111*(3), 335-351. doi:10.1007/s10551-012-1413-4

Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment*, *237*(July 2010), 222-237. doi:10.1002/bse.682

Schlange, L. (2009). Stakeholder Identification in Sustainability Entrepreneurship: The Role of Managerial and Organisational Cognition. *Greener Management International*, 13–33. Recuperado de https://www.highbeam.com/doc/1G1-195011913.html

Schumpeter, J. A. (1943). *Capitalism, Socialism and Democracy* (p.437). London and New York: Routledge. Recuperado de http://digamo.free.fr/capisoc.pdf

Shepherd, D., & Patzelt, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking "What Is to Be Sustained" With "What Is to Be Developed." *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(1), 137-163. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x



Sodhi, M., & Tang, C. (2011). Social enterprises as supply-chain enablers for the poor. *Socio-Economic Planning Sciences*, *45*(4), 146-153. doi:10.1016/j.seps.2011.04.001

Spence, M., Gherib, J., & Biwolé, V. (2010). Sustainable Entrepreneurship: Is Entrepreneurial will Enough? A North–South Comparison. *Journal of Business Ethics*, *99*(3), 335–367. doi:10.1007/s10551-010-0656-1

Stiglitz, J. (2002). *El malestar en la globalización* (p.348). Buenos Aires: Santillana ediciones.

Stiglitz, J. (2002). Etica, asesoría económica y política económica. *Revista Sociedad Y Economía*, (3), 173-200. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99617938008

Tilley, F., & Parrish, B. (2006). From poles to wholes: facilitating an integrated approach to sustainable entrepreneurship. *Managemement and Sustainable Development*, *2*(4), 281-294. Recuperado de http://www.inderscience.com/link.php?id=10214

Tilley, F., & Young, W. (2009). Sustainability Entrepreneurs: Could They Be the True Wealth Generators of the Future? *Greener Management International*, (55), 79-93. Recuperado de http://eprints.whiterose.ac.uk/77342/

Tukamushaba, E., Orobia, L., & George, B. (2011). Development of a conceptual model to understand international social entrepreneurship and its application in the Ugandan context. *Journal of International Entrepreneurship*, *9*(4), 282-298. doi:10.1007/s10843-011-0079-9

Vargas, J. (2008). Economía Política Ambiental Global e Internacional. *Ra Ximhai*, *4*, 83-118. Recuperada de http://uaim.edu.mx/webraximhai/Ej-10articulosPDF/Art[1] 6 Ambiental.pdf

Walton, S., & Kirkwood, J. (2009). Making greening matter! Ecopreneurs commitment to environmental concerns and economic success. In *Scademic Management* (pp.1-6). doi:10.5465/AMBPP.2009.44270044



Wiklund, J., Davidsson, P., & Audretsch, D. (2011). The Future of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *35*(1), 1-9. Recuperado de http://eprints.qut.edu.au/41412

York, J., & Venkataraman, S. (2010). The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation. *Journal of Business Venturing*, *25*(5), 449-463. doi:10.1016/j.jbusvent.2009.07.007

Zahra, S., Gedajlovic, E., Neubaum, D., & Shulman, J. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, *24*(5), 519-532. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.007

Zahra, S., Newey, L., & Li, Y. (2014). On the Frontiers: The Implications of Social Entrepreneurship for International Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *38*(1), n/a–n/a. doi:10.1111/etap.12061

Zahra, S., Rawhouser, H., Bhawel, N., Neubaum, D., & Hayton, J. (2008). Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *2*(2), 117-131. doi:10.1002/sej